

Lokalrundfunktage 2015: Warum der lokale Rundfunk im Medienwandel einen Heimvorteil hat

von **Jim Sengl** am **9. Juni 2015**

Die Lokalrundfunktage am 30. Juni und 1. Juli 2015 in Nürnberg zeigen, welche Chancen sich durch die Veränderungen in den letzten Jahren für lokale Sender bieten. In den Workshops und Vorträgen präsentieren Radio- und Fernsehmacher, wie der lokale Rundfunk seinen „Heimvorteil“ nutzen und sich in der digitalen Welt positionieren kann.

In der Medienlandschaft hat sich das Verhältnis zwischen Inhalt und Verbreitungsweg in den letzten Jahren grundlegend geändert. Es ist nicht lange her, da konnte man Radio nur an einem Radiogerät hören und bewegte Bilder kamen meist aus dem Fernseher. Doch mittlerweile gehören Inhalt und Gerät nicht mehr fest zusammen. Radio und Fernsehen sind überall. Die Referenten der Lokalrundfunktage erläutern, warum der lokale Rundfunk in dieser veränderten Medienwelt einen „Heimvorteil“ hat.

Hörbar, klickbar, teilbar

Im Hörfunk setzen Sender erfolgreich auf den direkten Draht zu ihren Hörern. Sie setzen auf soziale Medien, die Profilierung der eigenen Marke und neue Formate. Modernes Lokalradio schafft es dank origineller Ideen und Nähe immer wieder, sich tief in der Region zu verankern und den Menschen etwas zu liefern, das man bei der Arbeit besprechen, per Whatsapp schreiben und in sozialen Netzwerken teilen kann. Radio wird zur lokalen Medienmarke, der Menschen vertrauen und mit der sie sich identifizieren wollen.

Was Hörer on-air wollen, wissen Radiosender sehr genau. Doch was interessiert Hörer außerhalb des Livebetriebs? Welche Inhalte rufen sie wann und wie ab? Diese Fragen können Radiosender bisher nur schwer beantworten. Die BBC und der dänische Rundfunk haben im letzten Jahr genau zu diesen Fragen Studien vorgelegt, die Alison Winter (BBC) und Peter Niegel (Danmarks Radio) auf den Lokalrundfunktagen vorstellen werden.

Ein neues Gefühl für Heimat

Neue Verbreitungswege, junge Formate, ein neues Gefühl für Heimat und die verstärkte Einbindung der Zuschauer prägen das Lokalfernsehen 2015. Auch Lokal-TV sendet nicht mehr nur sein klassisches lineares Programm. Bewegtbild wird auch über Social Media Kanäle verbreitet. Außerdem werden Verbreitungswege wie etwa HbbTV immer wichtiger – sie ermöglichen neue Wege der Vermarktung und Monetarisierung von Inhalten. Emannouil Lapidakis von ANIXE TV zeigt anhand seiner HBB-TV Marketingplattform, wie eine erfolgreiche Umsetzung gelingen kann.

Wichtig für erfolgreiches Lokalfernsehen ist nicht nur, wie Content verbreitet, sondern auch in welchen Formaten er aufbereitet wird. Im Panel „New local TV“ werden auf den Lokalrundfunktagen daher verschiedene neue Ideen und Konzepte vorgestellt. Marco Ostwald von Hamburg1 TV präsentiert das von ihm moderierte und mitentwickelte Format „Hamburg1 GAMES“, in dem sich alles um die Themen Computerspiele und Apps dreht. Der Fokus des Formats ist auf eine jüngere Zielgruppe gerichtet.

Senderbindung durch User Generated Content

Ein entscheidendes Alleinstellungsmerkmal von Lokalfernsehen ist die Nähe zu den Zuschauern und zur Region. Wie kann man diesen "Heimvorteil" nutzen? Im Panel "Eine neue Heimat" werden verschiedene Konzepte vorgestellt, in denen lokale Inhalte neu gedacht und spannende, mitreißende und informative Geschichten aus der Heimat erzählt werden. Und auch der Einsatz von User Generated Content bietet für lokale Sender viel Potenzial.

So ermöglichen von Zuschauern gelieferte, lokale Inhalte eine ganz besondere Form der Bindung an das Programm und den Sender. Doch wie lässt sich dieser Content auf Richtigkeit und Qualität prüfen, wie eine verlässliche Basis an lokalen „Bürger-Reportern“ aufbauen? Der Friesische Rundfunk (FRF) hat dazu ein Modell entwickelt. Karl-Heinz Sünkenberg vom FRF erklärt bei den Lokalrundfunktagen, wie man seine Zuschauer zu "Komplizen" macht.

Platz für starke lokale Medienmarken

Das Programm der Lokalrundfunktage (Anmeldung läuft!) mit rund 60 nationalen und internationalen Referenten zeigt, warum lokale Sender die besten Voraussetzungen für den Medienwandel mitbringen und wie sie diese nutzen können, denn...

die Medienlandschaft der Zukunft bietet Platz für starke lokale Medienmarken.